

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Komunikasi interpersonal merupakan salah satu strategi komunikasi yang efektif dalam pengembangan UMKM di Padang Lawas Utara karena para dinas Disperindag dan UMKM Kabupaten Padang Lawas Utara berhadapan langsung dengan para pelaku usaha UMKM. Salah satu faktor pendukung dalam pelaksanaan Strategi Pengembangan UMKM adalah terjalinnya kerjasama yang baik antara Disperinda Kabupaten Padang Lawas Utara dengan UMKM, pengusaha UMKM, dan kelompok pendukung lainnya. Faktor lainnya adalah semangat dan kemauan para pengusaha UMKM untuk berbagi informasi, sehingga memudahkan Disperindag dan jajaran UMKM di Kabupaten Padang Lawas Utara dalam menjalankan tugasnya membantu para pengusaha kecil meningkat. Adapun faktor yang menghambat dalam penerapan strategi pengembangan UMKM yaitu tingkat kualitas dan kuantitas SDM aparat masih terbatas, Jumlah anggaran dana untuk program pengembangan UMKM terbatas serta sarana dan prasarana penunjang yang masih kurang memadai.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang peneliti ajukan berupa rekomendasi yaitu:

1. Kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Padang Lawas Utara agar lebih meningkatkan bantuan, dalam hal pelatihan, memberikan alat produksi, peningkatan kemampuan manajerial.
2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan harus lebih aktif dalam memasarkan produk UMKM melalui media online dan offline
3. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Padang Lawas Utara dan UMKM harus menambah jumlah pegawai dan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya untuk memenuhi permintaan konsumen serta prasarana yang disediakan yang belum mampu memenuhi kebutuhan pasar melalui pendidikan dan

pelatihan-pelatihan pegawai tentang pengembangan UMKM untuk menghadapi pesaing global.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR PUSTAKA

- Diana, Irene Sari Wijayanti. (2012). *Manajemen*. Yogyakarta: Nuha Medika
- Fandy Tjiptono. (2009). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Hadi Prayitno. (1987). *Pembangunan Ekonomi Pedesaan*. Yogyakarta: BPFE
- Hafied Cangara. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, AY. Pengembangan Usaha, repository.usu.ac.id
- Moleong, L. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, A. 2009. Komunikasi Pembangunan dan Keterbukaan Informasi Publik dalam Kerangka Pengembangan Masyarakat Mandiri. Prosiding Seminar Nasional: Komunikasi Pembangunan Mendukung Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia dalam Kerangka Pengembangan Masyarakat. Bogor : IPB International Convention Center (IPB ICC)
- Rachmat, Manajemen, h.30-32
- Rogers, E.M. 1976. Perspektif Baru dalam Komunikasi dan Pembangunan : Suatu Tinjauan dalam Komunikasi dan Pembangunan Perspektif Kritis, Dasmir N, penerjemah. 1985. Jakarta: LP3ES. Terjemahan dari Communication and Development : Critical Perspectives
- Terence A. Shimp. (1997). *Advertising Promotion and supplemental Aspek Of Integgarted Makrketting Communication*, Penterjemah Refyani Sahrial, *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga

Jurnal :

Fadzillah, Nurul . (2020). *Strategi Dinas Koperasi Ukm Dan Perdagangan Kota Banda Aceh Dalam Meningkatkan Perkembangan Industri Kreatif Bagi UMK*. Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan Program Studi Ilmu Administrasi Negara.

Dwi, Feni Anggraeni. Hardjanto, Imam. Haniyati, Azzahra. (2017). *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Melalui Faktor-Faktor Daya Saing Eksternal Dan Potensi Internal*. Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 1, No. 6.

Arfandi, Mohammad Adnan. (2017). *Strategi Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Dalam Peningkatan Daya Saing Ukm Di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar*. Vol. 2, Nomor 2, Nopember 2017

Internet :

(<http://economy.okezone.com/read/2018/05/01/umkm-bisagerakkan-ekonomi-indonesia>).

(<https://keuangan.kontan.co.id/news/jumlah-pelakuumkm-di-2018-diprediksi-mencapai-5897-juta-orang>).

Peraturan Perundang-undangan:

Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 9 Tahun 2014

Republik Indonesia, Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002

<https://padanglawasutarakab.go.id/read/10/geografi-daerah-padang-lawas-utara>

LAMPIRAN

DAFTAR WAWANCARA

1. Bagaimana profil Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Padang Lawas Utara?
2. Apa visi dan misi Dinas Perdagangan dan Perindustrian dalam mengembangkan IKM Hidayah Kabupaten Padang Lawas Utara ?
3. Bagaimana struktur kelembagaan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Padang Lawas Utara ?
4. Bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Padang Lawas Utara dalam Mengembangkan IKM Hidayah ?
5. Bagaimana sejarah dan profil IKM Hidayah dari sejak berdiri hingga bisa terus bertahan sampai sekarang ini ?
6. Darimana konsumen Mengetahui IKM Hidayah ?
7. Faktor apa saja yang menjadi pendukung serta penghambat pengembangan IKM Hidayah ?
8. Apakah Strategi Komunikasi yang dilakukan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Padang Lawas Utara sudah efektif dalam mengembangkan IKM Hidayah ?

DOKUMENTASIPENELITIAN

Dokumentasi wawancara di Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Padang Lawas Utara



Foto bersama pemilik IKM Hidayah Padang Lawas Utara

Foto Bangunan serta bersama Kepala Bidang Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Padang Lawas Utara



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

